新媒体时代电视节目的后期制作和剪辑探析

尹　珊

[重庆广播电视集团（总台），重庆 400039]

摘　要：随着科学技术水平的日新月异和互联网技术的飞速提升，文艺节目百花齐放。进入新媒体时代以后，人民群众通过各式各样的终端接收信息，电视节目也随之有了更丰富的呈现形式。因此，如何在新媒体时代对电视节目进行创新，尤其在后期剪辑中，如何呈现观众喜闻乐见的电视节目成为电视节目制作单位需要思考的课题。本文从新媒体时代中电视节目的现状与重要性出发，并对新媒体时代的形势下电视节目可相应采取的策略展开讨论。

关键词：新媒体；电视节目；后期制作；创新；融合　　**中图分类号：**G222　　**文献标识码：**A

文章编号：1671-0134（2021）08-086-03　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2021.08.025

本文著录格式：尹珊.新媒体时代电视节目的后期制作和剪辑探析[J].中国传媒科技，2021（08）：86-88.

导语

新媒体时代以来，文艺节目有了多种多样的展现方式，文字、图片、视频、音频、动画等在新媒体技术中达到很好的融合，为观众带来了耳目一新的体验，观众的审美能力在多种技术手段的丰富与创新的影响下也有了很大程度的提升。在这样的背景下，电视节目的信息呈现就显得较为传统，为了满足受众逐渐提升的信息需求与审美水平，传统电视节目在制作上也需要结合新媒体节目的优点进行改良创新，节目的后期制作与剪辑也面临着更高的要求。

1. 新媒体时代电视节目的后期制作与剪辑的现状

1.1　新媒体对受众媒体使用习惯的改变

由于使用方便快捷、传播互动形式丰富，互联网自诞生以来，就具备开放性、大众性、互动性等特性。在新媒体环境中，人民群众作为主体，参与热情与积极性很高，尤其在移动端网络飞快发展的今天，观众可以通过手机、iPad 等多种终端随时随地观看视频，因此，新媒体独特的传播特性也使得受众习惯于使用新媒体获取信息，使用方式也变得越来越碎片化。这一转变使得新媒体节目在日趋符合受众观看习惯的同时，传统电视节目则面临着诸多挑战，例如观看时间固定、单一传播渠道、互动性弱等问题。如何在新媒体时代下迎合现代受众的观看习惯，成为电视节目后期工作者面临的重要课题，也为电视节目后期制作与剪辑提出了挑战。[1]

1.2　新媒体对受众审美的改变

现在，绝大多数观众开始接触手机与电脑上网，利用互联网与各式各样的视频网站、App 等观看节目、搜索信息等。一方面，利用多种终端上网观看视频，会接收到各式各样的丰富内容，观众的视觉审美水平也在不断提升；另一方面，由于互联网大数据对各类终端进行区分，人们可以观看到的内容分门别类，在专精的领域又可以收获非常专业的信息，视觉审美日趋多元化的同时也在专业领域不断深入，给电视节目的内容与呈现都提出了不小的挑战。

1.3　新媒体在创新性方面的不断进步

随着互联网技术的飞速发展，新媒体节目在技术手段不断创新的同时，内容上也在日益更新。由于观众接收到的信息五花八门，受众开始对信息获取掌握主动权，相应的需求与品味也不断提升，对于视频内容的制作精美、内容创新、观点深刻等都提出了更高的要求。在这样的背景下，只有符合受众的审美层次、能够与观众产生共鸣的富有创新精神与趣味性的节目才能引起受众的喜爱，因此，电视节目的后期制作与剪辑也需要在创新性方面寻求突破。

2. 新媒体时代电视节目的后期制作与剪辑的应对策略

2.1　加强从业人员的综合能力与专业技能培养

进入新媒体时代，各类新型节目日趋成熟，而在人民群众的日常生活中，短视频、直播、微综艺等逐渐进入大众的视野。但是，对大多数习惯于观看电视的观众而言，传统电视节目依然是他们日常获取信息的重要来源。在这样的形势下，电视节目的从业人员不能懈怠，因为新媒体与新技术的加入，对电视节目的从业人员提出了更高的要求。因此，作为电视节目的后期编辑人员应当具备过硬的专业能力、较强的综合能力与良好的道德品质，保持电视节目制作的高水准。

首先，电视节目后期编辑人员要有过硬的专业能力，这体现在个人剪辑能力的提升与节目创新能力的展现。一方面，步入新媒体时代，人们逐渐习惯于在短时间内获取有价值、有意义的信息，碎片化时间利用成为各类视频占据人们生活的有力武器。这就要求电视节目后期从业人员在电视制作的过程中，要针对电视节目的内容有意识地进行短视频的改良与创新，在长篇幅的电视节目中埋有爆点，对应节目宗旨制作一批适合剪辑成有宣传力度的短视频进行传播，从而利用这些爆点为电视节

目宣传造势，吸引观众在电视端或通过移动终端观看电视节目，达到点击率与收视率的双高；另一方面，在各类新形式视频的创新如火如荼进行的情况下，电视节目制作技术水平也需要不断提高，这离不开后期编辑人员对计算机与流行软件技术的运用。同时也要求电视节目后期编辑人员加强电视节目后期剪辑与制作的专业培训，通过技术手段的不断升级打造出受到大众喜爱的新形式、优内容、深层次的电视节目。[2] 而除了自身的学习与成长，在日常的工作与生活中，电视制作公司还可以组织电视节目从业人员加强电视节目制作相关的学习，不断学习国外的先进技术与创新思维，运用在国内的电视节目制作之中，不断提升国内电视节目后期编辑制作团队的专业水平与专业素养。

其次，电视节目后期编辑人员应培养较强的综合能力。新媒体时代，新型技术的涌现不仅在于视频形式与内容的传播，还在于传播渠道的拓展与电视节目从业人员综合能力的提升。除了后期剪辑的专业能力，电视节目的编辑人员还需要在日常工作与生活中不断培养自己的综合能力，注重自身多方面能力的深入钻研，例如与电视制作相关的文字编辑、宣传推广能力等。以宣传推广能力来说，电视节目的后期编辑人员如果能够结合新媒体时代钻研新媒体技术与新型的传播渠道，扩展所制作电视节目的传播方式，借助热门社交软件拓展电视节目影响力。在懂得怎样的宣传方式是受众喜欢的情况下，后期人员才能根据流量热点选择观众乐于接受的剪辑手段。因此，后期人员综合能力的提升对于电视节目的效果呈现也可以起到很大帮助。[3]

最后，电视节目后期编辑的从业人员还需要具备良好的道德品质。传统媒体中媒体人对内容的把控较为严格，电视节目传播的内容集中在官方媒体中，而新媒体时代来临后，人人都可以成为自媒体，人人都可以发声，在自媒体时代，视频发布呈现主体多元化的趋势。但这样势必也会有弊端，在这样不限制发布主体的背景下，各类自媒体发布内容时往往也更容易因为高观看量和高点击率而出现虚构捏造的现象，从而产生不良的社会影响。自媒体发布的内容固然易受数据影响导致偏颇，而作为专业的电视节目后期工作人员，断然不能为了高收视率捏造事实，电视节目后期制作过程中，工作人员应当始终利用好手中的工具，通过电视节目反映客观科学的现实与观点，传达社会主义核心价值观，只有从业人员具备良好的道德品质，坚定认真做节目的态度，才能做出富有感染力、传递正能量的电视节目。

除了个人专业能力与综合素质的提升，在电视节目制作过程中，电视节目后期编辑人员还需要做到团队协作，注重合作共赢。在新媒体时代，电视节目的制作过程更需注重分工合作与团队互助，为此，打造一支年轻的、高水平的工作团队是十分必要的。电视节目的后期编辑团队内部也要做到团结互助，充分合作，保证节目效果的完全呈现；在后期团队与其他团队如编剧团队、编导团队等交流过程中，要注重团队的充分交流沟通，在团队的通力合作下达到共赢，成功制作出优秀的电视节目。

2.2　重视节目内容与创新相结合

在新媒体时代，科学技术水平飞速发展，一大批短视频 App 与直播平台如雨后春笋般涌现，典型的例如抖音、快手、火山小视频等，视频播放 App 如爱奇艺、优酷视频等，新媒体平台呈现百家争鸣、百花齐放的局面。由于信息来源的广泛与便捷，受众已经在手机终端浏览了大量的信息与视频，通过手机终端观看影视节目已成为常态。

另一方面，对于电视行业来说，电视节目的剪辑与制作本身就是对节目内容的二次创作，后期剪辑人员通过将已有的原始素材进行整理与剪辑，重新梳理故事线，在原有内容表达的基础上将节目宗旨通过编辑更好地展现出来，确保节目的内容呈现。在这样的形式下，电视节目的后期剪辑与制作就更需注重将节目内容与创新相结合，顺应新媒体时代的发展，实现制作模式与内容呈现的创新发展，优化节目剪辑与后期制作的水平与质量，在多方面体现电视节目的创新成果。[4]

第一，电视节目在声音处理上应学习新媒体的呈现方式。传统的电视节目中，往往是原生态音效与配音相结合，整体呈现与真实音源相近，声音在气氛烘托与情感传递上起到的作用也比较有限。在新媒体时代，新媒体节目多采用多种特殊音效混合，同时注重背景音乐的使用，这些都是可以为电视节目后期编辑团队所学习的内容，用于烘托电视节目的氛围，增强节目渲染的效果，成为打造创新节目的有效手段。例如，在抖音平台最初的推广阶段，就是让音乐剪辑融入视频制作之中，使得用户根据视频加音乐这一操作变得十分简便，从而激发了用户使用新媒体的热情与动力。也正是在大家充分使用新媒体的基础上，在抖音平台出现了更多富有趣味性的音效与配音，而不仅仅局限于配乐的选择，在新媒体的技术支持下，抖音平台将声音处理的优势发挥到了极致，从声音的创作到全民二次创作，各式音效对于剧情的推动与配音的多样运用对节目效果的呈现等，都值得电视节目的后期制作团队借鉴。

第二，电视节目可以利用特技充分表现节目内容。由于技术水平受限，传统电视节目中利用特技的部分较少，但随着技术水平的发展，在电视节目中运用特技制作来保证节目的呈现效果的技术已经相对成熟。在电视节目后期制作中，编辑团队可以借助特技制作出丰富的画面，大胆创新，提高节目品质。特技最初较多运用于电影制作，随着新媒体技术的不断发展，现在的电视剧已开始大量使用特效，例如一些仙侠题材与魔幻题材的电视剧就通过大量运用特技来表现故事背景，通过技术

手段给观众以虚拟世界具象的展现，让观众仿佛身临其境，为剧情推动起到很大的帮助。

第三，字幕处理运用应结合新媒体节目进行相应改进。在传统节目中，后期制作往往不太重视字幕的创新，传统的黑框白字字幕成为电视节目字幕的代表。在新媒体节目中，由于受到韩国综艺的影响与年轻人新网络用语的影响，花字、颜文字等的使用屡见不鲜。因此，电视节目的制作也逐渐开始重视字幕的处理，在一些能够展现人物内心细节、对剧情发展起到推动作用的位置插入花字用以解释剧情，丰富节目的表达方式。现在的电视节目制作中，尤其是综艺真人秀等节目，特效花字的使用往往能让节目效果丰富展示，同时也为节目增添了不少活力，在迎合年轻人的口味的同时也让年长的受众群体感到新鲜感，提升观众的观看体验。

2.3　重视传统媒体与新媒体相结合

在新媒体时代，文艺节目的制作过程往往离不开与新技术的深度结合，但我们也需要保证传统媒体中的精华部分不要丢失，“内容”永远是电视节目制作应当首要关注的。新媒体蓬勃发展以来，市场的每次选择也充分证明了，不论形式如何多样，技术如何复杂，只有优秀的内容才是受众所追求与喜爱的。因此，在确保节目呈现的完美同时，制作团队应当始终坚持将传统媒体的精华与新媒体技术相结合，取其精华，完善自身，通过技术的不断升级实现传统媒体与新媒体的共赢。

在过去的几十年中，传统媒体已经制作出一批经典的传统电视节目，不论是电视剧《西游记》《红楼梦》电影《喜剧之王》《红高粱》等经典作品，法制节目《今日说法》，还是少儿节目《大风车》及动画片《大头儿子》等，均在中国电视节目史上留下了浓墨重彩的一笔。这些老一批的经典电视节目在群众心目中留下了如此深刻的印象，也充分证明了内容为王是电视节目成功的关键。而如何在新媒体时期对电视节目制作中本身精华的内容进行更加艺术多样的呈现，使其能够扩大影响力，在观众面前呈现更好的表现形式，从而成功“出圈”，打造出新媒体时代的新一代经典电视节目，也成为电视节目后期编辑团队需要重点思考的问题。在电视节目的制作过程中，节目后期效果与节目宗旨是“肉”与“骨”的关系，节目宗旨负责保证节目的定位，打造整个节目的调性，搭建整个节目的骨架；后期效果则是围绕节目宗旨服务，在节目制作过程中，通过后期效果的加强，辅助节目宗旨得以更加完美地呈现与展示，使电视节目变得有血有肉。总的来说，后期效果是服务于节目立意，围绕着节目定位，充分立足于节目宗旨的。在电视节目的后期剪辑与制作之中，应当始终明确节目的中心内容与节目宗旨，以节目定位为核心，在后期剪辑中明确人物定位与节目定位，保证后期效果与节目宗旨相适应。在此基础上，再利用后期剪辑技术充分展现节目的优势与亮点，并加以新媒体平台的大力宣传，从而使节目效果呈现最大化。

例如，《2020bilibili 最美的夜》以网络直播跨年晚会的形式，结合了二次元、国风等多种 Z 世代兴趣点，展现 B 站年轻人的文化氛围，就是在传统跨年歌舞晚会形式的基础上，融入现代年轻的弹幕文化与直播等元素，增强观众在节目表现的互动性与参与感，并结合 VR 等虚拟技术，成功打造出受到年轻人的喜爱的跨年晚会，刷新了大众对于晚会的固有认知。又如在 2021 年河南春晚《大唐夜宴》中，创作团队通过创意性地展现唐代宫女的生活方式，重现了唐代生活图景，为观众呈现出耳目一新的唐代生活，仿佛置身于过去的真实世界之中。而其元宵节特别节目《河南博物院元宵奇妙夜》更是以实景搭建的形式，展现了在河南博物院内的惊艳全国的元宵奇妙夜。同时，节目抓紧网络传播机会，# 河南卫视元宵奇妙夜 #、# 河南元宵晚会审美在线 # 与 # 河南元宵晚会是实景拍摄 # 等几个话题也登上微博热搜，这场节目以河南博物院的镇馆之宝作为核心点，以穿越时空作为线索，将多种艺术形式包括歌舞、戏曲、武术等融合起来。这正是将新媒体技术与国家文化瑰宝相结合的惊艳展现，也恰恰说明了优质的内容搭载科技的呈现方式后展示的效果，正是受众所喜欢的优秀内容。

结语

本文通过对新媒体时代观众观看习惯转向新媒体后的电视节目后期制作实践进行总结，分析了目前电视节目后期制作与剪辑需要结合新媒体的现状与重要意义。文章重点梳理了新媒体时代，电视节目的后期剪辑与制作应当怎样有效地进行创新思考，从电视节目的制作实践出发，让电视节目的后期制作与剪辑跟上新媒体时代步伐，制作出更多群众喜闻乐见的电视节目。媒

参考文献

[1] 王洁 . 媒体融合背景下后期编辑在当代电视新闻节目制作中的应用 [J]. 西部广播电视，2020（24）：178-180.

[2] 徐逮 . 复杂媒体环境下如何做好电视新闻节目后期制作与包装 [J]. 记者观察，2020（23）：132-133.

[3] 刘瑞霞 . 新媒体时代下电视节目的后期制作 [J]. 中国传媒科技，2018（5）：96-97.

[4] 胡宇 . 新媒体时代数字影像艺术在电视节目中的审美表达 [J]. 中国传媒科技，2020（10）：80-82.

作者简介：尹珊（1972-），女，重庆，重庆广播电视集团（总台）卫视频道包装部，研究方向：频道整体视频包装策划设计制作、影视后期包装制作及新媒体视频制作。

（责任编辑：胡杨）